

Markaðssetning Kvennaíþróttar í Garðabæ.
Sumarátak 2020

Verkefnið

Markmiðið með þessu sumarátaki í markaðsmálum var að gera kvennaíþróttir sýnilegri á samfélagsmiðlum en í því felst bæði að virkja miðla hjá einstaklingum sem stunda þær íþróttir sem íþróttafélögin bjóða upp á en einnig að leggja einhversskonar grunn að beitingu samfélagsmiðla íþróttaliða sem félögin sjálf halda úti eða leikmenn þeirra.

Hópurinn

Hópurinn sem ráðinn var til að sinna verkefninu var skipaður einstaklingum með mjög mismunandi bakgrunn og var fjölbreytni einstaklinga mikill plús í samstarfinu þar sem markaðsmál eiga sér einstaklega margar birtingarmyndir. En hópin skipuðu eftirtaldir aðilar; Anna Kristín Sturludóttir, Axel Ingi Ólafsson, Birkir Þór Guðmundsson og Snædís Agla Baldvinsdóttir.

Vegferðin

Fyrstu dagarnir

Fyrstu dagarnir fóru rólega af stað hjá hópnum en verkefnið var eðlilega í mótun og þurfti hópurinn að vinna hugmyndavinnu að því hvernig best væri að nýta þetta stutta sumartímabil til að búa til grunn að markaðsstarfi kvennaíþróttar í Garðabæ. Fundað var með íþróttafulltrúa ásamt því að hópurinn kom sér fyrir í vinnuaðstöðu í Garðaskóla.

Verkefnið komið vel af stað

Eftir fyrstu vikuna var fundað með formönnum meistara deildaflokka í Stjórnunni. Fundurinn með formönnum einkenndist af jákvæðum hugmyndum og voru allir sammála að það mætti efla þetta starf. Fundagestir voru dregnir inn í verkefnið og var einhugur að taka saman höndum til

að lyfta upp markaðsmálum og þá einna helst samfélagsmiðlum hjá meistaraflokkum. Fundinn sátu forsvarsmenn liða frá eftirfarandi meistaraflokkum; fimleikar, fótboldi, handbolti, körfubolti. Ekki náðist að funda með formanni fótboldaliðsins hjá UMFÁ en samskipti áttu sér stað við hann á email formi og síðar átti hópurinn eftir að líta við á æfingu hjá UMFÁ og taka þar myndefni.

Myndefni

Stóra verkefnið þetta sumarið var klárlega samskiptavinna og leikur að tímasetningum til að reyna að hitta á leiki og æfingar hjá leikmönnum upp á að taka af þeim myndir. Myndefnið sem tekið var á æfingum og leikjum verður aðgengilegt Stjórnunni á Dropbox í möppum skipulögðum eftir hverri íþrótt fyrir sig.

Sumarið fór einnig að hluta í það að taka myndir og video af íþróttahúsum, fótboldavöllum og annari íþróttaaðstöðu í bænum þar má nefna Ásgarðssvæðið, Mýrina og íþróttasvæðið á Álftanesi. Við þessa vinnu fékk markaðshópurinn góða aðstoð frá tæknihóp Garðalundar og upp úr því varð skemmtilegt samstarf milli hópa sem deildu síðar vinnuaðstöðu í Garðaskóla.

Lokadagarnir

Síðustu dagana var unnið úr því að flokka allt það efni sem til varð úr verkefninu og koma því fyrir á Dropbox og flakkara. Þegar tímabilinu er að ljúka eru leikmenn og þjálfarar akkúrat að koma til baka úr sumarfríi og því þurfti hópurinn að hliðra vinnutímabilinu örlítið til að ná að klára lokaverkefnið.

Lokaverkefni hópsins er markaðsfundur sem fer fram 3.september 2020 þar sem fulltrúar allra keppnisliða koma saman og fá fyrirlestur um markaðsmál með áherslu á samfélagsmiðla. Brynja Dan Gunnarsdóttir áhrifavaldur og markaðsstjóri verður aðalfyrirlesari en hún leggur einnig fyrir viðstadda verkefni tengt samfélagsmiðlum. Stór hluti efnisins sem kemur fram á fyrirlestrinum hefur nú þegar verið samstilltur við það starf sem sumarátakið vann í sumar og er því litið á þetta sem okkar lokapunktur.

Markmiðið með þessum markaðsfundi er að leggja verkefnið í hendur leikmanna og þeim sem að liðum standa og veita þeim vettvang til að ná sér í upplýsingar um beitingu þessara verkfæra sem hópurinn setti upp.

Framhaldið

Eins og allir vita eru samfélagsmiðlar lifandi og það efni og sú vinna sem birt er á miðlum í dag er svo gott sem horfin af yfirborðinu á morgun. Þess vegna vill hópurinn setja mikla áherslu á það að verkefninu verði haldið áfram, í það minnsta með þeim hætti að leikmenn og aðstandendur liða fari eftir þeim ráðum sem þeim eru gefin á markaðsfundinum og nýti sér þau birtingarplön og þá myndagrunna sem sumarstarfið skilur eftir sig.

Niðurstaðan/ Samantekt

Heilt yfir var hópurinn ánægður með sumarstarfið en vill minna á það að stór hluti þess starfs sem fór fram var litað af þeirri staðreynd að verkefnið sé frumraun og því ekki til miklar útlínur á því hvernig málum skuli háttað.

Hópurinn mælir sterklega með því að einhver aðili eða aðilar séu fengnir í verkefni að þessu tagi á komandi tímum. Vert er að nefna að stór partur verkefnisins hefði verið einfaldari í framkvæmd að hausti eða vori þar sem mikið var um sumarfrí og íþróttalið voru mörg utan tímabila og því erfitt að komast að í myndatökur og fleira.

Markaðshópur 2020

Anna Kristín Sturludóttir

Axel Ingi Ólafsson

Birkir Þór Guðmundsson

Snædís Agla Baldvinsdóttir.

